株式会社 マンダム
2017年（H29）3月9日

〈マンダムから40代男性の意識や身だしなみに関する調査〉

「ルシード 40代ミドル男性白書2017」

3月16日「ミドルの日」に先駆け、ルシードブランドサイトで公開
自由な生き方を求め始めた40代ミドル男性の意識変化が浮き彫りに
http://www.lucido.jp/

株式会社マンダム（本社:大阪市、社長執行役員:西村元延）では　ミドル男性用化粧品ブランド「LUCIDO（ルシード）」を展開しており、日本のミドル男性に“スマートエイジング（エイジングをかっこよく!）”を提案しています。その浸透を図るため、2011年に3月16日を「ミドル（316）の日」と制定しました。

「ミドルの日」にちなんで、ミドル男性の中でも中心年代である「40代」にフォーカスし、ライフスタイルや心のありようをまとめた「40代ミドル男性白書」を、2016年よりブランドサイトにて公開しました。そしてこの度、2017年版を3月9日（木）に新たに公開いたします。
（http://www.lucido.jp/special/middlehakusho2017.pdf）

2回目の発行となる2017年版は、40代を中心としたミドル男性の意識変化の傾向も読み取ることができました。40代は仕事や家庭、若さと老いのはざまにいるため、去年同様、漠然と人生に不安を抱えている様子がうかがえます。しかし、今回はその一方で自由な生き方を求める姿が浮き彫りになり、今の状況を打破するかのように価値観が変化してきていることがわかりました。

【ルシード　40代ミドル男性白書ダイジェスト】

40代男性の価値観に変化。それに伴い身だしなみ行動の変化も浮き彫りに!

◆「欲望や欲求をおさえてつつましく」よりも「欲望や欲求に従って生きること」が幸福であると回答する率が56.8%と昨年よりも8.3ポイント上昇。さらに「変化が少ない穏やかな人生」よりも「変化や刺激に富んだ人生」のほうが幸福と答える割合は45.6%で昨年より10ポイント以上上昇。今までより自由な生き方を求める傾向がうかがえる。

◆39.8%が身だしなみは「異性によい印象を持たれるために重要」と回答し、昨年より5.8ポイント上昇!
周囲の女性の目が身だしなみ行動に影響。

◆40代男性の身だしなみは「ニオイケア」がマストに!
身だしなみ重要度　1位.体臭ケア50.5%、2位.口臭ケア46.1%。

◆40代男性の5人に1人が「自分専用シャンプーを持っている」。昨年より7.3ポイントアップし、身だしなみ行動のトップに!自分仕様でより積極的なケアを行う傾向。

◆しかし、それでも自信が持てない40代男性!?75.2%が「自分はイケていない」と回答。そんなミドル男性の身だしなみを厳しくチェックしつつも見守る女性。40代女性の41.3%が「自分のパートナーはイケている」と評価!

マンダムでは、今後も40代のインサイトを掘り下げ、「ルシード」を通じて、ミドル男性にお役立ちできる製品を提案してまいります。

この件に関するお問い合わせ先

株式会社マンダム
PR担当

●大 阪 本 社　奥田　TEL.06-6767-5021　FAX.06-6767-5041
●東京オフィス　下川／ 萩原／ 村上／ 奥　TEL.03-5766-2485　FAX.03-5766-2486
●プレスメール：press@mandom.co.jp

「ルシード　40代ミドル男性白書 2017」概要

調査概要	調査対象:20～69歳男性 1030名／20～49歳女性 618名 調査手法:インターネット調査 調査エリア:全国 調査期間:2016年9月16日(金)～9月20日(火)
目 次	1.40代ミドル男性の意識 40代ミドル男性の家族とお金 40代ミドル男性の価値観 2.40代ミドル男性の変化 40代ミドル男性の人生観と理想像の変化 40代ミドル男性の身だしなみ“意識”の変化 40代ミドル男性の身だしなみ“行動”の変化 【TOPICS.1】 伸長を続ける「男性身だしなみ関連アイテム」市場 【TOPICS.2】 女性から見た40代ミドル男性の身だしなみ まとめ
公開日／URL	2017年3月9日(木)ルシードブランドサイトにて公開 http://www.lucido.jp/special/middlehakusho2017.pdf